

ANALISIS KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN  
BERSAING DAN PERAN TRIPLE HELIX INDUSTRI  
PARIWISATA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Untuk Menyusun S-1 Program Studi Manajemen



NOVAL SETIAWAN

0912015016/FE/EM

Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jawa Timur

2013

SKRIPSI

ANALISIS KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN  
BERSAING DAN PERAN TRIPLE HELIX INDUSTRI  
PARIWISATA DI SURABAYA

Yang diajukan

NOVAL SETIAWAN

0912015016/FE/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec.Gendut Sukarno. Ms

NIP. 195907011987031001

Tanggal :

Dosen Pendamping

Ugy Soebiantoro, SE.,MM

NIP. 367089600581

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr.Muhadjir Anwar.MM

NIP.196509071991031001

SKRIPSI  
ANALISIS KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN  
BERSAING DAN PERAN TRIPLE HELIX INDUSTRI  
PARIWISATA DI SURABAYA

Yang diajukan

NOVAL SETIAWAN

0912015016/FE/EM

Telah Diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi :

Pembimbing Utama

Drs. Ec.Gendut Sukarno. Ms

NIP. 195907011987031001

Tanggal :

Dosen Pendamping

Ugy Soebiantoro, SE.,MM

NIP. 367089600581

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM  
NIP.196509071991031001

SKRIPSI  
ANALISIS KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN  
BERSAING DAN PERAN TRIPLE HELIX INDUSTRI  
PARIWISATA DI SURABAYA

Yang diajukan

NOVAL SETIAWAN

0912015016/FE/EM

Di setujui untuk Ujian Lisan Oleh

Pembimbing Utama

Drs. Ec.Gendut Sukarno. Ms

NIP. 195907011987031001

Tanggal :

Dosen Pendamping

Ugy Soebiantoro, SE.,MM

NIP. 367089600581

Mengetahui

WakilDekan I

Drs. Rahman A. Suwaidi, MS

NIP. 196003301986031003

# SKRIPSI

## ANALISIS KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING DAN PERAN TRIPLE HELIX INDUSTRI PARIWISATA DI SURABAYA

Disusun Oleh :

NOVAL SETIAWAN

0912015016/FE/EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi program Study  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan  
Nasional “Veteran” Jawa Timur pada tanggal : 13 juni 2013

Pembimbing

Tim Penguji :  
Ketua

Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS

Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS

Sekretaris

Sugeng Purwanto, SE, MM

Anggota

Dr. Ec. Herry Pudjo P, MM

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM  
NIP. 196309241989031001

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul, “ Analisis Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing dan Peran Triple Helix Industri Pariwisata di Surabaya”.Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan selesainya penulisan Skripsi ini, penulis sangat berterima kasih atas segala bantuan dan fasilitas dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis guna mendukung penyelesaian Skripsi ini. Maka dikesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional“Veteran” Jawa Timur Surabaya.
2. Bapak DR. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional"Veteran" Jawa Timur Surabaya.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar,MM,selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonmi Universitas Pembangunan Nasional"Veteran" Jawa Timur Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno. Ms, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam memberikan

bimbingan, saran, petunjuk, dan koreksi yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

5. Segenap tenaga pengajar, karyawan terutama Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Surabaya.
6. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan semangat agar segera terselesaikan skripsi saya, mendoa kan saya agar saya menjadi manusia yang berguna bagi bangsa dan Negara juga berguna dikalangan masyarakat..
7. Untuk Sahabatku Sii-Byan dan semua teman-teman upn terima kasih telah membantu jalannya skripsi, yang tulus menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu saya.

Semoga Allah Melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini. Mengingat keterbatasan akan pengetahuan dan kemampuan yang ada, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan, terutama buat adik-adik ku di Program Studi Manajemen

Wassalam,

Surabaya, Juni 2013

Penulis

NOVAL SETIWAN

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Pengesahan Skripsi .....	ii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii

### Bab I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6

### Bab II TELAAH PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasn Teori .....	11
2.2.1 Kepariwisataaan .....	11
2.2.2 Kinerja Pemasaran .....	18



2.2.3 Keunggulan Bersaing .....	24
2.2.5 Triple Helix .....	36
2.3. Pengaruh keunggulan bersaing dan Triple Helix .....	42
2.4. Kerangka Konseptual .....	46
2.5. Hipotesis .....	46

### Bab III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional Variabel .....	47
3.2. Pengukuran Variabel .....	53
3.3. Teknik Penentuan Sampel .....	53
3.4. Teknik Penentuan Data .....	55
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.6. Teknik Analisis Data .....	56

### Bab IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian .....	61
4.1.1 Gambaran Umum Industri Pariwisata .....	61
4.2 Penyebaran Kuesioner .....	78
4.3 Deskripsi Karakteristik Responden .....	78
4.3.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
4.3.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	79
4.3.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	80

4.4 Deskripsi Jawaban Responden .....	81
4.4.1 Jawaban Responden Mengenai Keunggulan Bersaing .....	82
4.4.2 Jawaban Responden Mengenai Triple Helix .....	83
4.4.3 Jawaban Responden Mengenai Kinerja Pemasaran .....	87
4.5 Analisis Model PLS .....	88
4.5.1 Evaluasi Outlier .....	89
4.5.2 Uji Validitas .....	91
4.5.2.1 Pengujian Model Pengukuran .....	91
4.5.2.2 Discriminant Validity .....	95
4.5.2.3 Uji Reliability .....	96
4,5,2,4 Evaluasi Pengujian Strutural Model .....	97
4.5.2.5 Uji Kausalitas .....	99
4.6 Pembahasan .....	100
4.6.1 Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran .....	100
4.6.2 Pengaruh Triple Helix Terhadap Kinerja Pemasaran .....	101
 Bab V KESIMPULAN DAN SARAN	
5,1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran .....	103
 DAFTAR PUSTAKA .....	 105

ANALISIS KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN  
BERSAING DAN PERAN TRIPLE HELIX INDUSTRI  
PARIWISATA DI SURABAYA

Noval Setiawan

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada Kinerja Pemasaran Industri Pariwisata di Surabaya. Alasan pemilihan Industri Pariwisata yang ada di Surabaya ini karena Surabaya Merupakan Kota kedua yang memiliki jumlah penduduk terbanyak setelah kota Jakarta dan Industri Pariwisata merupakan salah satu visit suatu daerah melalui wisatawan atau pengunjung, Industri Pariwisata juga memberikan peluang pada para usaha kecil yang berada di sekitar kawasan wisata. Pada Dasarnya penelitian ini mengkaitkan keunggulan bersaing dan peran Triple Helix di dalam meningkatkan kinerja pemasaran Industri Pariwisata yang bertujuan dapat meningkatkan kinerja Pemasaran Industri Pariwisata yang unggul serta dapat menarik para wisatawan berkunjung di Industri Pariwisata di Surabaya.

Kinerja Pemasaran Industri Pariwisata yang digunakan antara industri pariwisata satu dengan yang lain memang berbeda, Hal Ini dikarenakan pelaksanaan suatu kinerja pemasaran harus disesuaikan dengan kondisi dan tujuan yang ingin dicapai industri pariwisata tersebut. Di dalam kinerja pemasaran industri pariwisata berhubungan dengan keunggulan bersaing dan triple helix. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing dan Peran Triple Helix terhadap Kinerja Pemasaran Industri Pariwisata.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pengelola dan pemilik Industri Pariwisata di Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan teknik resampling dengan Bootstrapping dengan jumlah sampel sebesar 30 responden. Data yang dipergunakan adalah data primer yaitu data yang berdasarkan kuisioner hasil jawaban responden. Sedangkan analisis yang dipergunakan adalah Partial Least Square (PLS)

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa 1) Keunggulan Bersaing mempengaruhi Kinerja Pemasaran Industri Pariwisata di Surabaya .2) Peran Triple Helix tidak mempengaruhi Kinerja Pemasaran di Surabaya

**Keywords:**Keunggulan Bersaing , peran Triple Helix dan Kinerja Pemasaran

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar belakang

Globalisasi yang berdampak pada perkembangan di bidang teknologi dan sarana informasi komunikasi ini memengaruhi pola pikir masyarakat pada suatu negara, sehingga dapat memicu terjadinya migrasi penduduk negara tersebut. Hadirnya migrasi yang semakin berkembang pesat di era globalisasi ini menunjukkan bahwa mobilitas penduduk yang terjadi pun kian berkembang pesat pula. Mobilitas yang terjadi tidaklah selalu bersifat permanen mengingat masyarakat melakukan perjalanannya tidak selalu bersifat permanen. Contoh dari migrasi yang bersifat tidak permanen adalah perjalanan yang dilakukan oleh para turis/wisatawan. (Saskia Sassen, 1998, hlm. 5-30)

Salah satu produk jasa yang diproduksi untuk berorientasi ke pasar global adalah pariwisata. Pariwisata memiliki porsi yang besar. Hal ini dikarenakan pada dasarnya kinerja pemasaran industri pariwisata terjadi melalui keunggulan bersaing dan peran Triple Helix dalam hal produk (barang dan jasa). Sedangkan yang terjadi pada sektor pariwisata adalah hal yang tidak jauh berbeda.

Persaingan industri pariwisata yang begitu ketat, perkembangan teknologi dan perubahan selera wisatawan dapat mengakibatkan wisatawan berpindah dari satu pariwisata ke pariwisata lain. Pariwisata harus mempunyai kemampuan dalam mengembangkan pilihan strategik supaya dapat beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis.

Pariwisata merupakan praktek globalisasi (yang memiliki ciri menjangkau wilayah lain, produk-produk dan informasi, mendorong terjadinya perdagangan internasional, perjalanan dan komunikasi) pariwisata juga memiliki ciri khas tersebut.

Tabel 1.1 Data Pengunjung Wisatawan tahun 2008 – 2011 di Surabaya

Tahun	Jumlah Wisatawan
2008	48,417
2009	136,539
2010	116,829
2011	83,27

Sumber : Laporan Jumlah Wisatawan Mancanegara / Wisatawan Nusantara di Kota Surabaya tahun 2008 - 2010. Arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surabaya

Berkenaan dengan fenomena data diatas terdapat penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang datang pada Kota Surabaya khususnya. Pada tahun 2008 terdapat 48,417 wisatawan mancanegara yang datang ke Surabaya. Sedangkan pada tahun 2009 jumlah tersebut meningkat menjadi 136,539 wisatawan, 116,829 wisatawan pada tahun 2010 dan 83,247 pada tahun 2011.

Sebagai respon terhadap semakin menurunnya jumlah wisatawan ke Kota Surabaya, pemerintah Surabaya kian mengembangkan potensi industri pariwisata dalam bidangnya. Dengan Upaya memperbaiki kinerja pemasarannya melalui keunggulan bersaing dan peran Triple Helix. Namun, beberapa obyek wisata masih tampak kotor, tidak terawat dan melakukan kinerja pemasarannya asal-asalan. Di Surabaya masih jarang dijumpai wisatawan mancanegara berjalan-jalan

di jalan protokol di Kota Surabaya, seperti halnya yang terjadi di Bali atau Jogjakarta.

Oleh sebab itu, kinerja pemasaran industri pariwisata harus dikelola secara sistematis sehingga dapat menghasilkan yang benar-benar dapat dihargai oleh para pelanggan atau wisatawan (Ferdinand, 2000, p.4-5).

Pada dasarnya setiap pariwisata yang bersaing dalam suatu lingkungan industri mempunyai keinginan untuk dapat lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Umumnya pariwisata menerapkan strategi bersaing ini secara eksplisit melalui kegiatan-kegiatan dari berbagai departemen fungsional pariwisata. Pemikiran dasar dari penciptaan strategi bersaing berawal dari pengembangan formula umum mengenai bagaimana bisnis akan dikembangkan, apakah sebenarnya yang menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang akan diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Porter (1990, p.3) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus sehingga pariwisata dapat mendominasi baik dipasar lama maupun pasar baru. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai-nilai atau manfaat yang diciptakan oleh pariwisata bagi para wisatawan. Wisatawan umumnya lebih memilih membeli pariwisata yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk industri

pariwisata akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk sesuai dengan nilai yang ditawarkannya. Hal ini didukung oleh pendapat Styagraha ( 1994, p.14 ) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan.

Di dalam pariwisata Triple Helix membawa dampak positif dalam pengembangan kinerja pemasaran pariwisata Kota Surabaya di Indonesia. Triple Helix melakukan pengembangan-pengembangan tertentu, terutama pada kinerja pemasaran industri pariwisatanya. Dimana Triple Helix yang terdiri dari Intellectuals (Intelektual), Business (Bisnis), dan Government (Pemerintah) sebagai para aktor utama penggerak industri (Etzkowitz and Leydesdorff, 1995, p.15). Intellectual, kaum intelektual yang berada pada institusi pendidikan formal, informal dan non formal yang berperan sebagai pendorong lahirnya ilmu dan ide yang merupakan sumber kreativitas dan lahirnya potensi kreativitas insan Indonesia. Dalam hal ini, setiap usaha di suatu daerah memiliki satu konsultan dari mahasiswa dan dua pendamping lapang yang juga berasal dari mahasiswa.

Sedangkan Triple Helix yang ke dua yaitu Business, pelaku usaha yang mampu mentransformasi kreativitas menjadi bernilai ekonomis. berperan dalam fungsi pelaksanaan dalam hal etika bisnis dan corporate responsibility. Dan Triple Helix yang terakhir Government, pemerintah selaku fasilitator dan regulator agar industri pariwisata dapat tumbuh dan berkembang. berperan dalam fungsi pengembangan pemberdayaan masyarakat.

Dengan demikian, kita dapat memandang bahwa "Triple Helix" adalah

formulasi fungsional yang dapat dipergunakan oleh negara-negara berkembang berhaluan demokratik, dalam menciptakan akses kepartisipasian lebih luas bagi masyarakat luas agar bisa menciptakan pelbagai transformasi yang mereka bersama inginkan. Meningkatkan fungsi demokrasi bagi dinamika ekonomi ini, segala sesuatunya bermula dari penguatan relasi akademik/lembaga riset - bisnis - dan pemerintah.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka diperlukan adanya perhatian khusus dari berbagai pihak untuk pemberdayaan dan pengembangan pariwisata di Surabaya. Keunggulan bersaing dan peran Triple Helix akan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri pariwisata di Surabaya. Hal ini dikarenakan Surabaya sebagai daerah tujuan wisata semakin pesat dan meluas khususnya jenis wisata belanja, kuliner, alam, seni, budaya dan sejarah. Tempat pariwisata di Surabaya diantaranya adalah kebun binatang Surabaya, wisata mangrove, jembatan suramadu, yaman bungkul, gedung grahadi, ciputra waterpark, pelabuhan tanjung perak, masjid ampel, pantai ria kenjeran, pelabuhan kalimas, monumen kapal selam, monumen tugu pahlawan, monumen bambu runcing, monumrn jalesveva jayamahe, dan monumrn gubernur suryo. Dari data-data yang peneliti dapatkan, mengenai penurunan wisatawan mancanegara terhadap industri pariwisata.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa Kota Surabaya mempunyai ciri khas dalam keunggulan bersaing. Kota Surabaya tidak hanya mengandalkan itu saja, namun peran Triple Helix juga untuk meningkatkan kinerja pemasaran industri pariwisata agar pengunjung wisatawan mancanegara



akan meningkat hal ini sebagai wujud masuknya arus globalisasi, bahkan lebih jauh Kota Surabaya melakukan reaksi dan strategi untuk mengembangkan sektor industri pariwisata yang unggul.

### 1.2. Perumusan Masalah

Berpijak pada latar belakang diatas maka perumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri pariwisata kota Surabaya?
2. Apakah Triple Helix berpengaruh terhadap kinerja pemasaran industri pariwisata kota Surabaya

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran industri pariwisata kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Triple Helix terhadap kinerja pemasaran industri pariwisata kota Surabaya

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### I. Bagi Universitas

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembanding bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi UPN “Veteran” Jatim pada umumnya dan Fakultas Ekonomi pada khususnya.

##### II. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan dan informasi bagi pemerintah Kota Surabaya dalam melakukan pertumbuhan pemasaran dan pengembangan industri pariwisata di Surabaya.

##### III. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandangan tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.